



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国驱蚊行业投资 分析及深度研究咨询报告

一、调研说明

《2010-2015年中国驱蚊行业投资分析及深度研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/145599.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

→内容简介

驱蚊类产品十分丰富，价格高中低档都有，能满足顾客不同的消费需求。主要产品第一类是蚊香，包括传统的盘式蚊香、电蚊香片和液体蚊香；第二类是气雾杀虫剂；第三类是驱避剂，如风油精、驱蚊花露水、蚊不叮等；第四类是电子产品，如电蚊拍、灭蚊灯等；最后是蚊帐。2010年夏天就要来临，又是蚊子肆虐的时候了，静谧的夏天夜晚乘凉虽然惬意，但是蚊子嗡嗡声萦绕实在很煞风景。蚊子不仅会带来困扰，更容易传播疾病。随着人们健康与环保意识的不断增强，对驱蚊产品的要求也日益提高。目前，很多驱蚊产品虽可驱灭蚊虫，但同时也会对人体与环境造成损害。因此，健康的驱蚊产品就比较受消费者的关注了。电子驱蚊器是利用仿生电子学原理制成的驱蚊电子器具。通常有模仿雄蚊发出的超声波信号以驱赶雌蚊的超声波型电子驱蚊器；模仿蝙蝠发出的电波信号以驱赶蚊子的蝙蝠型电子驱蚊器；利用蚊子的趋光性，将其诱至设在一定波长紫外光源周围的高压金属丝以击毙蚊子的光诱型电子驱蚊器；利用蚊子的趋光性，通过UV灯管发出特定的波长灯光吸引蚊子到灯管附近，再利用挡在蚊子飞行轨迹上的粘带或粘板把蚊子粘住的粘捕型电子驱蚊器。电蚊香片也是广受欢迎的灭蚊产品之一，由于一片电蚊香片能使用8—10小时，因而在不少消费者的心目中，电蚊香片是性价比较高的灭蚊产品。各种各样的电蚊香片品牌也很多，有金鹿、雷达、青蛙等较为知名的品牌，价格也从10元至30元不等。

和电蚊香片相比，电蚊香液是采用更自然的挥发原理，所以更加干净卫生。电蚊香液的香型更多，有清香味、茉莉香味等等，价格也在10元至25元之间。电蚊香液使用起来比较简单，只需将蚊香液安装起来插上电源即可，电蚊香液在使用过程中，使用时间可以根据灭蚊的需要随意控制。除了电蚊香片和电蚊香液，在超市里还可看到的就是灭蚊灯。灭蚊灯可以分为电子灭蚊灯和气流吸蚊灯，主要原理都是将蚊虫吸引至灯旁，再消灭蚊虫。灭蚊灯的价格相对于电蚊香液和电蚊香片就稍贵一些，普通的大概在15元至50元之间，而好一点的品牌价位多在100元至200元之间。在商场里还可看到，形状像网球拍的电蚊拍，拍面由三片方格金属网构成。电蚊拍像网球拍似的，可以自由挥动，自主性较强。而且利用电击消灭蚊子，比较卫生、干净。电蚊拍的品牌较多，也较杂，不过价格多为几十元，很适合普通家庭使用。在未来几年内，驱蚊商品销量仍将大幅度上涨，在众多的驱蚊产品中，喷雾剂、电蚊香片、电蚊香液依然是市民驱蚊的首选。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、中国家电协会、中国轻工业协会、国

内外相关报刊杂志的基础信息，对我国驱蚊产业的行业发展现状、市场前景、竞争状况以及进出口情况等方面进行了详尽地分析，对今后我国驱蚊产业的发展做出了精确的预测。报告数据及时全面，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较分析，为驱蚊企业和经销商在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

第一部分 行业发展状况分析

第一章 驱蚊行业发展概述 1

第一节 驱蚊定义及分类 1

一、驱蚊产品的定义 1

二、驱蚊产品的种类 3

三、驱蚊产品的特性 4

第二节 驱蚊产业链分析 5

一、行业经济特性 5

二、主要细分行业 5

三、产业链结构分析 5

第二章 全球驱蚊市场发展分析 7

第一节 2008-2009年全球驱蚊市场分析 7

一、2008-2009年全球小家电市场分析 7

二、2008-2009年全球小家电产品需求分析 9

三、2008-2009年全球小家电市场走势分析 10

四、2008-2009年全球驱蚊产品需求分析 12

五、2009年中外驱蚊市场对比分析 14

第二节 主要国家地区驱蚊市场分析 15

一、2008-2009年美国驱蚊市场分析 15

二、2008-2009年欧洲驱蚊市场分析 15

三、2008-2009年日本驱蚊市场分析 16

四、2008-2009年马来西亚驱蚊市场分析 18

第三章 我国驱蚊行业发展现状 20

第一节 我国驱蚊行业发展现状 20

一、驱蚊行业品牌发展现状 20

二、驱蚊行业消费市场现状 21

三、我国驱蚊市场走向分析 22

第二节 驱蚊业发展情况分析 23

一、驱蚊行业发展情况分析 23

二、2009年驱蚊行业发展特点分析 23

第三节 2008-2009年驱蚊行业运行分析 25

一、2008-2009年驱蚊业产销存运行分析 25

二、2008-2009年驱蚊行业利润情况分析 26

三、2009-2012年驱蚊行业发展机遇分析 26

第四节 对中国驱蚊市场的分析及思考 27

一、驱蚊市场特点 27

二、驱蚊市场分析 28

三、驱蚊市场变化的方向 28

四、中国驱蚊产业发展的新思路 29

五、对中国驱蚊产业发展的思考 29

第四章 驱蚊行业经济运行分析 30

第一节 2008-2009年驱蚊产品产量分析 30

一、2008年驱蚊产品产量分析 30

二、2009年驱蚊产品产量分析 40

第二节 2008-2009年驱蚊行业主要经济指标分析 51

一、销售收入前十家企业分析 51

二、驱蚊产品品牌市场排行分析 63

三、2008年驱蚊行业主要经济指标分析 65

四、2009年驱蚊行业主要经济指标分析 67

第三节 2008-2009年我国驱蚊行业绩效分析 68

一、2008-2009年行业产销情况 68

二、2008-2009年行业规模情况 69

三、2008-2009年行业盈利能力 70

四、2008-2009年行业经营发展能力 70

五、2008-2009年行业偿债能力分析 71

第五章 我国驱蚊行业进出口分析 72

第一节 我国驱蚊产品进出口数量分析 72

一、我国杀虫剂等产品进口数量分析 72

二、我国杀虫剂等产品出口数量分析 75

三、我国杀虫剂等产品进出口总数分析 77

第二节 我国驱蚊产品进出口金额分析 80

一、我国驱蚊产品进口金额分析 80

二、我国驱蚊产品出口金额分析 83

三、我国驱蚊产品进出口总额分析 86

第六章 驱蚊区域市场情况分析 90

第一节 华北地区 90

一、北京地区驱蚊市场情况分析 90

二、天津地区驱蚊市场情况分析 91

三、河北地区驱蚊市场情况分析 92

第二节 东北地区 93

一、黑龙江地区驱蚊市场情况分析 93

二、吉林地区驱蚊市场情况分析 93

第三节 华东地区 94

一、江苏地区驱蚊市场情况分析 94

二、安徽地区驱蚊市场情况分析 94

三、浙江地区驱蚊市场情况分析 95

四、福建地区驱蚊市场情况分析 96

五、上海地区驱蚊市场情况分析 96

第四节 中南地区 97

一、河南地区驱蚊市场情况分析 97

二、广东地区驱蚊市场情况分析 99

第七章 中国驱蚊行业消费市场分析 101

第一节 中国驱蚊消费者收入分析 101

一、中国人口、人民生活分析 101

二、2008-2009年消费者收入水平 102

三、2009年消费者信心指数分析 103

第二节 驱蚊市场消费需求分析 104

一、驱蚊市场的消费需求变化 104

二、驱蚊行业的需求情况分析 105

三、2009年驱蚊品牌市场消费需求分析 106

第三节 驱蚊消费市场状况分析 107

一、驱蚊行业消费特点 107

二、驱蚊消费者分析 108

三、驱蚊消费结构分析 108

四、驱蚊消费的市场变化 109

五、驱蚊市场的消费方向 109

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析 111

一、价格敏感程度 111

二、品牌的影响 111

三、购买方便的影响 112

第八章 中国日化市场发展情况 113

第一节 2008-2009年日化市场发展现状 113

一、我国日化产业发展概况 113

二、日化产业发展潜力分析 116

三、国内日化市场面临挑战 119

四、2008年日化品牌格局与市场分析 123

五、2009年日化市场变化情况 126

第二节 2009年日化行业发展趋势 127

一、2009年中国日化行业经济增势预测 127

二、2009年本土日化市场调整趋势 128

第二部分 行业竞争格局分析

第九章 驱蚊行业竞争格局分析 131

第一节 行业竞争结构分析 131

一、现有企业间竞争 131

二、潜在进入者分析 131

三、替代品威胁分析 131

四、供应商议价能力 132

五、客户议价能力 133

第二节 行业集中度分析 133

一、市场集中度分析 133

二、企业集中度分析 133

三、区域集中度分析 134

第三节 驱蚊行业竞争格局分析 134

一、国内外驱蚊竞争分析 134

二、国内主要驱蚊企业竞争力指数分析 135

第十章 重点驱蚊企业竞争分析 142

第一节 李字集团实业有限公司 142

一、企业概况 142

二、2009年企业财务状况分析 143

第二节 榄菊日化实业有限公司 145

一、企业概况 145

二、竞争优势分析 146

三、2008-2009年经营状况 147

四、2009-2012年发展战略 148

第三节 福建金鹿日化股份有限公司 149

一、企业概况 149

二、竞争优势分析 150

三、2009-2012年发展战略 151

第四节 浙江黑猫神集团 152

一、企业概况 152

二、2008-2009年经营状况 152

三、2009-2012年发展战略 153

第五节 浙成都彩虹电器(集团)股份有限公司 154

一、企业概况	154
二、2009-2012年发展战略	154
第六节 广州立白企业集团有限公司	158

一、企业概况	158
二、竞争优势分析	160
三、2008-2009年经营状况	160
四、2009-2012年发展战略	161

第七节 江苏三笑集团有限公司 163

一、企业概况	163
二、2009年企业财务状况分析	164
三、2008-2009年经营状况	166
四、2009-2012年发展战略	167

第八节 江西山峰日化有限公司 168

一、企业概况	168
二、竞争优势分析	168
三、2009-2012年发展战略	170

第三部分 行业趋势及预测分析

第十一章 驱蚊行业发展趋势分析 171

第一节 我国驱蚊行业前景与机遇分析 171

一、我国驱蚊行业发展前景	171
二、我国驱蚊发展机遇与挑战分析	171
三、金融危机对驱蚊行业的影响分析	174

第二节 2009-2012年中国驱蚊市场趋势分析 176

一、驱蚊市场趋势总结	176
二、驱蚊市场环境趋向	176
三、加快结构调整和行业重组	177
四、驱蚊产业发展的趋势	179
五、驱蚊技术革新趋势	179
六、质量与品牌发展趋势	182
七、驱蚊市场出口趋势	183
八、驱蚊市场政策趋势	184

第三节 中国驱蚊小家电行业发展趋势分析 185

- 一、未来小家电的发展趋势 185
- 二、小家电产品发展的两种趋向 190
- 三、小家电市场透出诱人前景 195
- 四、中国小家电市场潜力巨大 201

第十二章 未来驱蚊行业发展预测 208

第一节 未来驱蚊需求与消费预测 208

- 一、2009-2012年驱蚊品种需求预测 208
- 二、2009-2012年驱蚊市场预测分析 209

第二节 2009-2012年中国驱蚊行业供需预测 211

- 一、2008-2012年中国驱蚊产品供给预测 211
- 二、2009-2012年中国驱蚊产品产量预测 211
- 三、2009-2012年中国驱蚊产品价格预测 211

第四部分 行业投资分析

第十三章 驱蚊行业投资环境分析 213

第一节 经济发展环境分析 213

- 一、2009年中国GDP分析 213
- 二、2009年城乡家庭人均可支配收入 233
- 三、恩格尔系数 234
- 四、2009年工业发展形势分析 234
- 五、2009年存贷款利率变化 242
- 六、2009年财政收支状况 244

第二节 政策法规环境分析 245

- 一、农药工业产业政策 245
- 二、农药产品退税政策分析 246
- 三、驱蚊产业政策分析 248

第三节 技术发展环境分析 249

- 一、针织品驱蚊技术分析 249
- 二、电热驱蚊技术分析 250

第四节 轻工业振兴规划 252

- 一、轻工业振兴规划概述 252
- 二、轻工业振兴规划细则 252
- 三、轻工业振兴规划主要任务 263
- 四、轻工业振兴规划主要工程 264
- 五、轻工业振兴规划主要措施 265
- 六、轻工业振兴规划的意义与作用 265

第十四章 驱蚊行业投资机会与风险 268

- 一、企业投资机会分析 268
- 二、行业投资机会分析 271

第二节 驱蚊行业投资风险 272

- 一、行业投资风险分析 272
- 二、企业投资风险分析 274

第十五章 驱蚊行业投资战略研究 275

第一节 驱蚊行业发展战略研究 275

- 一、技术开发战略 275
- 二、产业战略规划 278
- 三、业务组合战略 280
- 四、营销战略规划 283
- 五、区域战略规划 285
- 六、企业信息化战略规划 295

第二节 对我国驱蚊品牌的战略思考 297

- 一、品牌的基本含义 297
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性 297
- 三、服装品牌的特性和作用 298
- 四、服装品牌的价值战略 299
- 五、我国服装品牌竞争趋势 299
- 六、服装企业品牌发展战略 300

第三节 驱蚊企业经营管理策略 302

- 一、企业经营策略综述 302
- 二、企业产品经营策略 303

三、企业渠道经营策略	304
四、企业并购策略分析	305
五、经济危机下企业经营管理策略	307
第四节 驱蚊小家电行业投资战略研究	309
一、小家电企业的品牌战略	309
二、2009年小家电行业投资战略	311
三、2009-2012年小家电行业投资策略	316

图表目录

图表：2008年1-12月全国杀虫剂原药产量分析	30
图表：2008年1-12月天津杀虫剂原药产量分析	30
图表：2008年1-12月河北杀虫剂原药产量分析	31
图表：2008年1-12月内蒙古杀虫剂原药产量分析	31
图表：2008年1-12月辽宁杀虫剂原药产量分析	32
图表：2008年1-12月黑龙江杀虫剂原药产量分析	32
图表：2008年1-12月上海杀虫剂原药产量分析	33
图表：2008年1-12月江苏杀虫剂原药产量分析	33
图表：2008年1-12月浙江杀虫剂原药产量分析	34
图表：2008年1-12月安徽杀虫剂原药产量分析	34
图表：2008年1-12月江西杀虫剂原药产量分析	35
图表：2008年1-12月山东杀虫剂原药产量分析	35
图表：2008年1-12月河南杀虫剂原药产量分析	36
图表：2008年1-12月湖北杀虫剂原药产量分析	36
图表：2008年1-12月湖南杀虫剂原药产量分析	37
图表：2008年1-12月广东杀虫剂原药产量分析	37
图表：2008年1-12月广西杀虫剂原药产量分析	38
图表：2008年1-12月重庆杀虫剂原药产量分析	38
图表：2008年1-12月四川杀虫剂原药产量分析	39
图表：2008年1-12月陕西杀虫剂原药产量分析	39
图表：2009年1-12月全国杀虫剂原药产量分析	40
图表：2009年1-12月天津杀虫剂原药产量分析	40
图表：2009年1-12月河北杀虫剂原药产量分析	41

图表：2009年1-12月内蒙古杀虫剂原药产量分析 41

图表：2009年1-12月辽宁杀虫剂原药产量分析 42

图表：2009年1-12月黑龙江杀虫剂原药产量分析 42

图表：2009年1-12月上海杀虫剂原药产量分析 43

图表：2009年1-12月江苏杀虫剂原药产量分析 43

图表：2009年1-12月浙江杀虫剂原药产量分析 44

图表：2009年1-12月安徽杀虫剂原药产量分析 44

图表：2009年1-12月江西杀虫剂原药产量分析 45

图表：2009年1-12月山东杀虫剂原药产量分析 45

图表：2009年1-12月河南杀虫剂原药产量分析 46

图表：2009年1-12月湖北杀虫剂原药产量分析 46

图表：2009年1-12月湖南杀虫剂原药产量分析 47

图表：2009年1-12月广东杀虫剂原药产量分析 47

图表：2009年1-12月广西杀虫剂原药产量分析 48

图表：2009年1-12月重庆杀虫剂原药产量分析 48

图表：2009年1-12月四川杀虫剂原药产量分析 49

图表：2009年1-12月贵州杀虫剂原药产量分析 49

图表：2009年1-12月陕西杀虫剂原药产量分析 50

图表：2009年蚊香市场畅销排名统计分析 51

图表：2009年前十家蚊香企业产品畅销指数分析 52

图表：2009年蚊香市场占有率统计分析 52

图表：2009年前十家蚊香企业产品市场占有率分析 53

图表：2009年卫生杀虫剂市场畅销排名统计分析 53

图表：2009年前十家卫生杀虫剂企业产品畅销指数分析 54

图表：2009年卫生杀虫剂市场占有率统计分析 54

图表：2009年前十家卫生杀虫剂企业产品市场占有率分析 55

图表：2009年气雾杀虫剂市场畅销排名统计分析 55

图表：2009年前十家气雾杀虫剂企业产品畅销指数分析 56

图表：2009年气雾杀虫剂市场占有率统计分析 56

图表：2009年前十家气雾杀虫剂企业产品市场占有率分析 57

图表：2009年杀虫剂市场畅销排名统计分析 57

图表：2009年前十家杀虫剂企业产品畅销指数分析 58

图表：2009年杀虫剂市场占有份额统计分析 58

图表：2009年前十家杀虫剂企业产品市场占有份额分析 59

图表：2009年灭蚊灯市场畅销排名统计分析 59

图表：2009年前十家灭蚊灯企业产品畅销指数分析 60

图表：2009年灭蚊灯市场占有份额统计分析 60

图表：2009年前十家灭蚊灯企业产品市场占有份额分析 61

图表：2009年灭蚊灯市场畅销排名统计分析 61

图表：2009年前八家灭蚊片企业产品畅销指数分析 62

图表：2009年灭蚊片市场占有份额统计分析 62

图表：2009年前八家灭蚊片企业产品市场份额分析 63

图表：2009年十大蚊香品牌排行分析 63

图表：2009年七大品牌杀虫剂排行分析 64

图表：2009年六大电蚊香-电蚊香片-液体电蚊香品牌排行分析 64

图表：2009年七大电蚊拍品牌排行分析 64

图表：2009年四大灭蚊器品牌排行分析 65

图表：2009年四大灭蚊灯品牌排行分析 65

图表：2008年1-12月日用化学产品经济指标分析 65

图表：2009年1-12月日用化学产品经济指标分析 67

图表：2008年1-12月日用化学产品产销情况分析 68

图表：2009年1-12月日用化学产品行业产销情况分析 69

图表：2008年1-12月日用化学产品行业规模情况分析 69

图表：2009年1-12月日用化学产品行业规模情况分析 69

图表：2008年1-12月日用化学产品行业盈利能力分析 70

图表：2009年1-12月日用化学产品行业盈利能力分析 70

图表：2008年1-12月日用化学产品行业经营发展能力分析 70

图表：2009年1-12月日用化学产品行业经营发展能力分析 71

图表：2008年1-12月日用化学产品行业偿债能力分析 71

图表：2009年1-12月日用化学产品行业偿债能力分析 71

图表：2008年1月杀虫剂等产品进口数量分析 72

图表：2008年2月杀虫剂等产品进口数量分析 72

图表：2008年3月杀虫剂等产品进口数量分析 72

图表：2008年一季度杀虫剂等产品进口数量分析 72

图表：2008年4月杀虫剂等产品进口数量分析 72

图表：2008年5月杀虫剂等产品进口数量分析 73

图表：2008年6月杀虫剂等产品进口数量分析 73

图表：2008年二季度杀虫剂等产品进口数量分析 73

图表：2008年7月杀虫剂等产品进口数量分析 73

图表：2008年8月杀虫剂等产品进口数量分析 73

图表：2008年9月杀虫剂等产品进口数量分析 73

图表：2008年三季度杀虫剂等产品进口数量分析 74

图表：2008年10月杀虫剂等产品进口数量分析 74

图表：2008年11月杀虫剂等产品进口数量分析 74

图表：2008年12月杀虫剂等产品进口数量分析 74

图表：2008年四季度杀虫剂等产品进口数量分析 74

图表：2008年全年杀虫剂等产品进口数量分析 74

图表：2008年1月杀虫剂等产品出口数量分析 75

图表：2008年2月杀虫剂等产品出口数量分析 75

图表：2008年3月杀虫剂等产品出口数量分析 75

图表：2008年一季度杀虫剂等产品出口数量分析 75

图表：2008年4月杀虫剂等产品出口数量分析 75

图表：2008年5月杀虫剂等产品出口数量分析 75

图表：2008年6月杀虫剂等产品出口数量分析 76

图表：2008年二季度杀虫剂等产品出口数量分析 76

图表：2008年7月杀虫剂等产品出口数量分析 76

图表：2008年8月杀虫剂等产品出口数量分析 76

图表：2008年9月杀虫剂等产品出口数量分析 76

图表：2008年三季度杀虫剂等产品出口数量分析 76

图表：2008年10月杀虫剂等产品出口数量分析 77

图表：2008年11月杀虫剂等产品出口数量分析 77

图表：2008年12月杀虫剂等产品出口数量分析 77

图表：2008年四季度杀虫剂等产品出口数量分析 77

图表：2008年全年杀虫剂等产品出口数量分析 77

图表：2008年1月杀虫剂等产品进出口总数分析 77

图表：2008年2月杀虫剂等产品进出口总数分析 78

图表：2008年3月杀虫剂等产品进出口总数分析 78

图表：2008年一季度杀虫剂等产品进出口总数分析 78

图表：2008年4月杀虫剂等产品进出口总数分析 78

图表：2008年5月杀虫剂等产品进出口总数分析 78

图表：2008年6月杀虫剂等产品进出口总数分析 78

图表：2008年二季度杀虫剂等产品进出口总数分析 79

图表：2008年7月杀虫剂等产品进出口总数分析 79

图表：2008年8月杀虫剂等产品进出口总数分析 79

图表：2008年9月杀虫剂等产品进出口总数分析 79

图表：2008年三季度杀虫剂等产品进出口总数分析 79

图表：2008年10月杀虫剂等产品进出口总数分析 79

图表：2008年11月杀虫剂等产品进出口总数分析 80

图表：2008年12月杀虫剂等产品进出口总数分析 80

图表：2008年四季度杀虫剂等产品进出口总数分析 80

图表：2008年全年杀虫剂等产品进出口总数分析 80

图表：2008年1月杀虫剂等产品进口金额分析 80

图表：2008年2月杀虫剂等产品进口金额分析 81

图表：2008年3月杀虫剂等产品进口金额分析 81

图表：2008年一季度杀虫剂等产品进口金额分析 81

图表：2008年4月杀虫剂等产品进口金额分析 81

图表：2008年5月杀虫剂等产品进口金额分析 81

图表：2008年6月杀虫剂等产品进口金额分析 81

图表：2008年二季度杀虫剂等产品进口金额分析 82

图表：2008年7月杀虫剂等产品进口金额分析 82

图表：2008年8月杀虫剂等产品进口金额分析 82

图表：2008年9月杀虫剂等产品进口金额分析 82

图表：2008年三季度杀虫剂等产品进口金额分析 82

图表：2008年10月杀虫剂等产品进口金额分析 82

图表：2008年11月杀虫剂等产品进口金额分析 83

图表：2008年12月杀虫剂等产品进口金额分析 83

图表：2008年四季度杀虫剂等产品进口金额分析 83

图表：2008年全年杀虫剂等产品进口金额分析 83

图表：2008年1月杀虫剂等产品出口金额分析 83

图表：2008年2月杀虫剂等产品出口金额分析 83

图表：2008年3月杀虫剂等产品出口金额分析 84

图表：2008年一季度杀虫剂等产品出口金额分析 84

图表：2008年4月杀虫剂等产品出口金额分析 84

图表：2008年5月杀虫剂等产品出口金额分析 84

图表：2008年6月杀虫剂等产品出口金额分析 84

图表：2008年二季度杀虫剂等产品出口金额分析 84

图表：2008年7月杀虫剂等产品出口金额分析 85

图表：2008年8月杀虫剂等产品出口金额分析 85

图表：2008年9月杀虫剂等产品出口金额分析 85

图表：2008年三季度杀虫剂等产品出口金额分析 85

图表：2008年10月杀虫剂等产品出口金额分析 85

图表：2008年11月杀虫剂等产品出口金额分析 85

图表：2008年12月杀虫剂等产品出口金额分析 86

图表：2008年四季度杀虫剂等产品出口金额分析 86

图表：2008年全年杀虫剂等产品出口金额分析 86

图表：2008年1月杀虫剂等产品进出口总额分析 86

图表：2008年2月杀虫剂等产品进出口总额分析 86

图表：2008年3月杀虫剂等产品进出口总额分析 86

图表：2008年一季度杀虫剂等产品进出口总额分析 87

图表：2008年4月杀虫剂等产品进出口总额分析 87

图表：2008年5月杀虫剂等产品进出口总额分析 87

图表：2008年6月杀虫剂等产品进出口总额分析 87

图表：2008年二季度杀虫剂等产品进出口总额分析 87

图表：2008年7月杀虫剂等产品进出口总额分析 87

图表：2008年8月杀虫剂等产品进出口总额分析 88

图表：2008年9月杀虫剂等产品进出口总额分析 88

图表：2008年三季度杀虫剂等产品进出口总额分析 88

图表：2008年10月杀虫剂等产品进出口总额分析 88

图表：2008年11月杀虫剂等产品进出口总额分析 88

图表：2008年12月杀虫剂等产品进出口总额分析 88

图表：2008年四季度杀虫剂等产品进出口总额分析 89

图表：2008年全年杀虫剂等产品进出口总额分析 89

图表：2009年家庭杀虫用品不合格商品名单 91

图表：2009年上半年各省辖市居民消费价格指数通报表 101

图表：2008年9月-2009年10月消费者信心指数分析 103

图表：消费者使用花露水的比例分析 109

图表：消费者对花露水产品的需求方式分析 110

图表：消费者对花露水产品的功效分析 110

图表：消费者对花露水产品的包装分析 111

图表：2009年蚊香市场竞争力统计分析 135

图表：2009年主要蚊香企业竞争力指数分析 136

图表：2009年气雾杀虫剂市场竞争力统计分析 136

图表：2009年主要气雾杀虫剂企业竞争力指数分析 137

图表：2009年杀虫剂市场竞争力统计分析 137

图表：2009年主要杀虫剂企业竞争力指数分析 138

图表：2009年卫生杀虫剂市场竞争力统计分析 138

图表：2009年主要卫生杀虫剂企业竞争力指数分析 139

图表：2009年灭蚊灯市场竞争力统计分析 139

图表：2009年主要灭蚊灯企业竞争力指数分析 140

图表：2009年灭蚊片市场竞争力统计分析 140

图表：2009年主要灭蚊片企业竞争力指数分析 141

图表：2009年李字集团实业有限公司主要财务分析 143

图表：2009年李字集团实业有限公司资产负债分析 143

图表：2009年李字集团实业有限公司工业中间投入及现金分析 143

图表：2009年李字集团实业有限公司全年从业人数分析 144

图表：2009年李字集团实业有限公司收入及利润分析 144

图表：2009年李字集团实业有限公司营业外支出分析 144

图表：2009年李字集团实业有限公司企业经费分析 145

图表：2009年三笑集团有限公司主要财务分析 164

图表：2009年三笑集团有限公司资产负债分析 164

图表：2009年三笑集团有限公司工业中间投入及现金分析 164

图表：2009年三笑集团有限公司全年从业人数分析 165

图表：2009年三笑集团有限公司收入及利润分析 165

图表：2009年三笑集团有限公司营业外支出分析 165

图表：2009年三笑集团有限公司经费分析 166

图表：2005-2009年GDP当季同比继续增长情况 213

图表：2006-2009年M1和M2同比增速情况 214

图表：1999-2009年城镇固定资产投资情况 215

图表：2005-2009年社会消费品零售总额情况 215

图表：2007-2009年消费品进出口情况 216

图表：2007-2009年产品出口情况 216

图表：2005-2009年CPI、PPI、CGPI同比情况 217

图表：2003-2009年经济增长情况 218

图表：2003-2009年通货膨胀情况 219

图表：2009年宏观经济预警指数分析 219

图表：2009年产业指标宏观预警指数分析 220

图表：2009年宏观经济景气指数分析 224

图表：2009年工业生产指数分析 224

图表：2009年工业从业人员分析 225

图表：2009年社会需求指数分析 225

图表：2009年社会收入指数分析 226

图表：2009年宏观经济先行指数分析 227

图表：2009年工业产品产销率分析 228

图表：2009年商品房本年新开工面积分析 228

图表：2009年投资新开工项目分析 229

图表：2009年消费者预期指数分析 229

图表：2009年港口货物吞吐量分析 230

图表：2009年货币供应量分析 230

图表：2009年沪市A股月成交金额分析 231

图表：2001-2009年工业增加值情况 239

图表：2008-2009年轻重工业增速情况 240

图表：2006-2009年工业企业利润增长情况 241

图表：人民币存款利率表分析 242

图表：人民币贷款利率表 243

图表：外汇存款利率表 243

图表：2007-2009年财政收入及其构成月度同比情况 244

图表：2009年与2003-2008年贷款月新增额对比情况 245

图表：区域发展战略咨询流程图 292

图表：区域SWOT战略分析图 293

图表：企业经营策略层次分析 303

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/145599.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。